

## GAMBARAN MOTIVASI KETERLIBATAN MEMBER KLUB MOBIL SUZUKI ERTIGA “ERCI RANGERS”

Ahmad Sabir,  
Universitas Mercu Buana  
[ahmad.sabir@mercubuana.ac.id](mailto:ahmad.sabir@mercubuana.ac.id)

**Abstract.** Ertiga Club Indonesia in Tangerang or Erci Rangers is a non-profit organization formed from a common automotive hobby. Member involvement into the organization is interesting to research. Each member has a motivation that causes them to be involved and participate in the organization. Needs are considered as the most important thing used to understand the motivation for involvement in Erci Rangers members, because needs are the main strength of a person in being motivated. This research was conducted using a qualitative descriptive method which aims to describe the motivation of members to be involved in becoming members of the Ertiga Club Indonesia car club in Tangerang or Erci Rangers. So, it can be seen what kind of motivation Rangers members are involved in the organization. In the end, it was discovered that the Rangers members involved in the organization were motivated by a need it wanted to fulfill, which was not only a forum for Suzuki Ertiga vehicle owners in Tangerang who had the same hobby in the automotive sector.

**Keywords:** *Erci Rangers, Motivation, Needs*

**Abstrak.** Ertiga Club Indonesia di Tangerang atau Erci Rangers adalah organisasi nonprofit yang terbentuk dari kesamaan hobi otomotif. Keterlibatan member masuk ke organisasi menarik untuk diteliti. Setiap member memiliki suatu motivasi yang menyebabkan mereka terlibat dan berpartisipasi dalam organisasi. Kebutuhan dianggap sebagai hal yang paling penting digunakan untuk memahami motivasi keterlibatan pada member Erci Rangers, sebab kebutuhan merupakan kekuatan utama seseorang dalam memiliki motivasi. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Deskriptif Kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan motivasi member untuk terlibat menjadi anggota klub mobil Ertiga Club Indonesia di Tangerang atau Erci Rangers. Sehingga, dapat diketahui seperti apa motivasi anggota Rangers terlibat di organisasi tersebut. Pada akhirnya, diketahui bahwa member Rangers terlibat di dalam organisasi tersebut termotivasi oleh kebutuhan yang ingin dipenuhinya yang tidak hanya sekedar

sebagai wadah pemilik kendaraan Suzuki Ertiga di Tangerang yang memiliki kesamaan hobi dibidang otomotif.

*Kata kunci: Erci Rangers, Motivasi, Kebutuhan*

## **PENDAHULUAN**

Fenomena komunitas-komunitas otomotif, club mobil, motor dan kendaraan lainnya telah menjadi bagian yang integral dari sebuah peradaban modern. Komunitas-komunitas tersebut, walaupun mungkin jumlah anggotanya tidak terlalu banyak, tetapi dapat kita jumpai hampir di seluruh kota besar di Indonesia, salah satunya di Tangerang.

Komunitas otomotif atau club otomotif sendiri terbagi menjadi dua bagian besar, yaitu komunitas atau club untuk motor dan mobil. Setidaknya terdapat puluhan komunitas klub otomotif di Tangerang dari beragam bentuknya. Ada komunitas otomotif yang diikat berdasarkan jenis kendaraan yang digunakannya mulai dari kesamaan brand otomotif seperti klub suzuki ertiga, klub toyota avanza xenia, klub pajero dll dan untuk motor ada klub vario, klub satria klub harley klub

nmax dll. Beragam klub itu juga ada yang terafiliasi dengan main product dari pabrik pembuat merknya sehingga tergabung dalam satu wadah secara nasional juga ada yang hanya sekedar berkumpul dalam hobby bersama. Rutin pada malam-malam *weekend* para komunitas dijumpai di tangerang berkumpul bersama baik ditempat umum seperti di seputaran mesjid raya Tangerang al Azhom, maupun di kafe-kafe seputaran tangerang dengan ciri yang menunjukkan komunitasnya masing-masing. Ciri itu menjadi privilege bagi anggota setiap komunitas yang tergabung dalam klub otomotif di Tangerang.

Masing-masing dari komunitas itu dapat dikatakan memiliki privilege tersendiri antara satu komunitas dengan komunitas lainnya. Mereka dipersatukan dalam komunitas dengan jenis otomotif yang sama dengan merk otomotif yang sama, salah satunya adalah komunitas club

mobil Suzuki ertiga, yang menurut wawancara singkat dengan ketuanya di wilayah Tangerang bahwa club mobil ertiga tangerang atau yang disebut sebagai Erci Rangers tidak hanya sekedar club mobil, melainkan club mobil yang mengerti keluarga.

Erci Rangers sebagai organisasi otomotif dimana para membeinya diikat dengan brand otomotif yang sama dengan kesan “mengerti keluarga” ini memberikan privilege bagi para anggotanya dalam club otomotif Suzuki Ertiga Eci Rangers ini, peneliti merasa tertarik untuk melihat sejauh mana motivasi para member/anggota untuk terlibat dalam club mobil Suzuki ertiga ini khususnya di Tangerang yang mereka menyebutnya sebagai Erci Rangers.

Pesoalan masalah dalam penelitian ini, dirumuskan sesuai dengan fokus penelitian, yaitu untuk menjawab seberapa besar Motivasi keterlibatan member/anggota club mobil Suzuki ertiga Erci Rangers di Tangerang? Dan Apa saja faktor-faktor yang paling dominan dalam meningkatkan motivasi member/anggota untuk terlibat dalam keanggotaan club mobil

Suzuki ertiga di Tangerang?

Ada banyak alasan orang untuk bergabung dalam suatu organisasi yang memotivasinya untuk terlibat di dalamnya. Salah satunya kesamaan hobi. Sebagaimana yang dikutip oleh Putra dalam situs <http://www.brainyqoute.com> yang membagi komunitas berdasarkan lima hal. Pertama, kesamaan dalam suatu hobi; partisipasi; dan kesukaan pada barang-barang tertentu. Kedua, individu-individu yang memiliki kesamaan pandangan pada nilai-nilai, privasi, ke sukaan dan hidup di wilayah yang hukum serta regulasinya sama. Ketiga, masyarakat yang besar seperti negara-negara persekutuan; badan politik atau badan publik. Keempat, kesamaan karakter. Kelima, kesamaan kebiasaan (Putra, Ekamara: 2013).

Dari beberapa definisi komunitas berdasarkan proses pembentukannya seperti di atas, setidaknya dapat ditarik beberapa kesamaan di antara mereka. Salah satunya yakni, komunitas berhubungan erat dengan kehidupan sosial karena menjadi wadah pertemuan dan interaksi

tiap-tiap individu sebagai makhluk sosial yang berdasarkan wilayah, kesamaan atas hobi, minat, kesukaan, kebutuhan, agama dan juga budaya.

Sejauh pengamatan peneliti sampai saat ini, belum ada penelitian yang secara material membahas club mobil khusus Suzuki ertiga di Tangerang atau yang dikenal dengan Erci Rangers sebagaimana yang tertuang pada website clubnya dan menjadi material pada penelitian ini. Sedangkan penelitian mengenai motivasi sudah banyak sekali, sedang secara khusus mengkaji motivasi pada yang sejenis dalam club mobil lainnya atau club leisure atau motor lainnya ada beberapa yang ditemukan oleh penulis, namun bukan mengkaji motivasi para anggotanya untuk terlibat didalamnya. Diantaranya ada Kholif Arimindani dari Universitas Muhammadiyah Malang yang meneliti mengenai Motivasi Berprestasi pada anggota klub motor 'Malang Sport Rider'. Disamping itu ada Diajeng Astarini dari Universitas Airlangga yang meneliti soal Gaya Hidup Anggota Club Mobil Remaja Putri *Fresh Queen* di Surabaya dll.

Setidaknya yang lebih mirip pada metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini, adalah dengan journal yang telah disampaikan oleh Dr. Gregoria dan Agnes yang meneliti keterkaitan motivasi untuk terlibat dan konsep diri anggota Harley Davidson Indonesia di Yogyakarta. Walaupun secara metode penelitian ini hamper sama dengan penelitian tersebut, namun dengan dinamika dan material yang berbeda dalam penelitian yang dilakukan membuat hasil yang juga berbeda terutama dalam karakter gaya hidup pada club mobil Suzuki ertiga sebagai subjek dalam penelitian ini. Sedang pada penelitian Denis Sukmawati di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana peneliti disini sedikit banyak mendapatkan sedikit gambaran material mengenai dinamika klub mobil di wilayah jabodetabek dimana Tangerang menjadi sasaran penelitian ini mengingat luasnya cakupan dinamika pada material penelitian menyoal club mobil Ertiga di wilayah Tangerang. Dengan demikian peneliti berkeyakinan bahwa penelitian

mengenai Motivasi member Club Mobil Suzuki Ertiga di Tangerang ini memiliki keotentikan sendiri dan belum ada penelitian sebelumnya dalam kajian materialnya.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah pengetahuan atau informasi kepada pembaca dalam memahami Motivasi member/anggota untuk terlibat dalam club otomotif Suzuki Ertiga di Tangerang atau biasa disebut Rangers. Sementara secara praktis penelitian ini bermanfaat sebagai masukan yang membangun demi meningkatkan motivasi member club otomotif Suzuki Ertiga khususnya Erci Rangers yang berada di Tangerang.

Pengertian dari motivasi sangat beragam, bahkan para ahli pun memiliki pengertian dan definisi yang berbeda tentang motivasi, secara umum motivasi sering dimunculkan menggunakan kata: hasrat, keinginan, harapan, tujuan, sasaran, kebutuhan, dorongan, motif dan insentif. Namun secara harfiah, istilah motivasi pada dasarnya berasal dari bahasa latin "movere" yang memiliki arti bergerak. Definisi

komprehensif dari motivasi adalah proses yang dimulai dengan defisiensi fisiologi atau psikologi yang menggerakkan perilaku atau dorongan yang ditujukan untuk meraih tujuan atau insentif. (Luthans: 2005)

Secara teoritik peneliti memilih Teori kebutuhan Maslow yang digabung dengan teori ERG milik Clayton Alderfer dalam penelitian ini untuk mengukur motivasi yang akan diarahkan dalam penelitian ini terhadap member komunitas club mobil Suzuki Ertiga di Tangerang atau yang disebut Rangers.

Adapun factor yang penting dalam menentukan gambaran umum motivasi dalam teori kebutuhan Maslow yakni membahas tentang lima tingkat atau hierarki kebutuhan, yaitu: (1) kebutuhan fisiologi, seperti rasa lapar, haus, istirahat dan sex; (2) kebutuhan rasa aman, tidak hanya fisik saja, tetapi juga mental, psikologikal dan intelektual; (3) kebutuhan akan kasih sayang; (4) kebutuhan akan harga diri, yang pada umumnya tercermin dalam berbagai simbol status; (5) aktualisasi diri,

memiliki arti tersedianya kesempatan bagi seseorang untuk mengembangkan potensi yang terdapat dalam dirinya sehingga berubah menjadi kemampuan nyata (Dessler, 1997).

Berikut adalah penjelasan tentang rincian kebutuhan yang ada pada teori motivasi Maslow (Sumarwan, 2004):

- a) Kebutuhan Fisiologis adalah kebutuhan dasar manusia, yaitu kebutuhan tubuh manusia untuk bertahan hidup. Engel membuat teori bahwa semakin sejahtera seseorang, maka semakin kecil persentase pendapatannya untuk membeli makanan.
- b) Kebutuhan rasa aman adalah kebutuhan tingkat dua setelah kebutuhan dasar, kebutuhan ini merupakan perlindungan bagi fisik manusia. Manusia membutuhkan perlindungan dari bahaya kejahatan sehingga dapat hidup aman dan nyaman secara psikis.
- c) Kebutuhan sosial adalah kebutuhan tingkat ketiga yaitu kebutuhan untuk dicintai orang lain, rasa memiliki dan dimiliki oleh orang

lain. Pernikahan dan keluarga adalah bentuk dari kebutuhan sosial.

- d) Kebutuhan ego adalah keinginan untuk berprestasi sehingga mencapai derajat yang lebih tinggi dari yang lain. Manusia akan selalu berusaha untuk mencapai prestos, reputasi dan status yang lebih baik.
- e) Kebutuhan Aktualisasi diri adalah keinginan dari seseorang untuk menjadikannya sebagai orang yang terbaik sesuai dengan potensi dan kemampuan yang dimilikinya. Kebutuhan aktualisasi diri juga menggambarkan keinginan seseorang untuk mengetahui, memahami dan membentuk suatu sistem nilai, sehingga ia bisa mempengaruhi orang lain. Kebutuhan aktualisasi diri adalah keinginan untuk bisa menyampaikan ide, gagasan dan sistem nilai yang diyakininya kepada orang lain.

Dengan semakin kompleksnya pembahasan tentang teori kebutuhan, pada perkembangannya teori kebutuhan Maslow mangalami penyempurnaan dan "koreksi" yang

dilakukan oleh Anwar (2011), yang mengatakan bahwa akan lebih tepat apabila berbagai kebutuhan manusia digolongkan sebagai rangkaian dan bukan sebagai heirarki. Anwar (2011) menambahkan bahwa dalam hal ini perlu ditekankan bahwa kebutuhan yang satu saat sudah terpenuhi sangat mungkin akan timbul lagi di waktu yang akan datang. Lalu, pemuasan berbagai kebutuhan tertentu, terutama kebutuhan fisik, bisa bergeser dari pendekatan kuantitatif menjadi pendekatan kualitatif dalam pemuasannya. Kemudian, berbagai kebutuhan tersebut tidak akan mencapai "titik jenuh" dalam arti tibanya suatu kondisi dimana seseorang tidak lagi dapat berbuat sesuatu dalam pemenuhan kebutuhan itu.

Pace dan Faules (2002: 11) mengklasifikasikan pengertian organisasi tergantung dari cara pandang individu, apakah objektif atau subyektif. Cara pandang obyektif merujuk kepada sifat fisik dan konkret, yang merupakan sebuah struktur dengan batas-batas yang pasti. Sedangkan, cara pandang

subjektif lebih memandang organisasi sebagai kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang; terdiri dari tindakan-tindakan, interaksi dan transaksi yang melibatkan orang-orang. Kaum subjektivis menganggap organisasi sebagai mengorganisasikan perilaku (Pace dan Faules, 2002: 11). Idealnya, penting bagi seluruh organisasi, baik yang bersifat profit maupun *nonprofit* untuk mengembangkan relasi yang harmonis dan sinergis (Rumanti, 2005: 18). Guna mewujudkan relasi yang baik, komunikasi menjadi elemen utama yang harus dikembangkan oleh organisasi (Wood dan Salter, 2002).

Berdasarkan pandangan objektif, komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Sedangkan, definisi komunikasi organisasi berdasarkan perspektif subjektif adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang merupakan organisasi. Penekanan pada pandangan subjektif

ini yakni “perilaku pengorganisasian” yang terjadi, dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang sedang terjadi (Pace dan Faules, 2002: 33). Dalam komunikasi organisasi, motivasi dianggap merupakan hal yang penting untuk diperhatikan (Pace dan Faules, 2002: 11-16). Agar lebih jelas mengenai motivasi, akan dijelaskan sebagai berikut

Sementara dalam lingkup yang lebih terperinci pada upaya menemukan motivasi keterlibatan orang-orang dalam mengikuti sebuah organisasi dibutuhkan teori ERG dari Calyton (Nancy: 2005) terlebih organisasi yang dimaksud bukan organisasi yang sifatnya profit yang dengan mudah dapat dijalankan teori kebutuhan Maslow disana untuk mengukur motivasi para member dalam organisasi yang bersangkutan. Untuk organisasi yang sifatnya nonprofit, keterlibatan sebagai kebutuhan yang bisa dipilih dan ditolak maka teori kebutuhan yang terperinci bisa didapatkan melalui teori ERG.

Motivasi merupakan kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi ke arah tujuan-tujuan organisasi, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi suatu kebutuhan individual. Pada akhirnya, motivasi merupakan sebuah proses akan pemenuhan kebutuhan (Robinns, 1996: 198-199). Salah satu alasan bahwa kebutuhan merupakan hal yang sangat penting digunakan untuk memahami motivasi, sebab kebutuhan merupakan kekuatan yang membentuk dorongan untuk mengarahkan dan mempengaruhi sebuah sikap, yang menunjukkan apa yang dilakukan oleh seseorang (Hunneryager dan Heckman, 1992: 9). Teori ERG kemudian dianggap teori yang penting untuk menjelaskan tentang bagaimana kebutuhan berfungsi memotivasi manusia.

ERG merupakan singkatan dari tiga kategori kebutuhan *Existence* (E), *Relatedness* (R) serta *Growth* (G) dari teori milik Clayton Alderfer. Dimana:

1. *Existence*

(Eksistensi/Kehidupan); Berisi

mengenai kebutuhan fisiologis dan materi.

2. *Relatedness* (Relasi/Hubungan);  
Kebutuhan akan relasi menyangkut hubungan dengan orang-orang yang penting bagi individu, seperti keluarga, sahabat atau rekan kerja.
3. *Growth* (Pertumbuhan);  
Kebutuhan akan pertumbuhan meliputi keinginan untuk produktif dan kreatif dengan mengerahkan segenap kesanggupan individu (Pace dan Faules, 2002: 122).

#### **METODE**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Adapun sampel yang diteliti adalah member komunitas club mobil Suzuki Ertiga di Tangerang atau yang secara eksklusif menyebut diri mereka sebagai Rangers.

Adapun instrumen dalam penelitian ini disesuaikan secara kualitatif untuk dapat menggambarkan secara deskriptif lebih dalam tentang tujuan penelitian ini yakni motivasi daripada member club Mobil Suzuki Ertiga untuk

terlibat menjadi member Erci Rangers di Tangerang.

Instrument pertama, peneliti menyebarkan angket kepada semua member club mobil Suzuki ertiga di Tangerang (Rangers) yang isinya memang sudah diarahkan melalui factor-faktor motivasi dalam teori kebutuhan Maslow sehingga dapat mempersempit tindakan dan mempersingkat waktu untuk mencapai tujuan dalam penelitian ini. Kemudian instrument kedua, peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap 3 orang member club mobil Suzuki ertiga di Tangerang yang dipilih berdasarkan gambaran motivasi tertinggi dari hasil angket yang disebar, atau secara triangulasi dipilih berdasarkan member terlama, termuda, dll.

Prosedur penelitian ini dikerjakan pertama dengan menyebarkan angket yang berisi skala motivasi dari factor-faktor motivasi dalam teori Maslow kepada member club mobil Suzuki Ertiga di Tangerang atau Rangers. Angket telah disebar dan telah diterima oleh peneliti pada tanggal 10 Oktober 2017. Kemudian

peneliti akan memilih 3 orang dari member berdasarkan hasil angket dengan triangulasi untuk melakukan wawancara. Wawancara mendalam dijalankan terutama terkait tujuan penelitian agar peneliti dapat menginterpretasi sesuai tujuan penelitian ini dengan deskripsi yang akan disusun dalam hasil penelitian nantinya. Wawancara dilakukan baik melalui media social maupun secara langsung bertatap muka, baik berdua maupun dalam group dan dalam acara-acara kopdar komunitas club mobil Suzuki ertiga di Tangerang atau Rangers.

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah model Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2011) yang langkah-langkahnya terdiri dari tiga tahap, yaitu:

1. Reduksi data, yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.
2. Penyajian data (*display data*), merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya

penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan yang terus berkembang menjadi sebuah siklus dan penyajian data bias dilakukan dalam sebuah matriks.

3. Verifikasi atau penarikan kesimpulan, merupakan tahap terakhir dalam rangkaian analisis data kualitatif. Kesimpulan dalam rangkaian analisis data kualitatif secara esensial berisi tentang uraian dari seluruh sub kategorisasi tema.

Tekhnik ini dipilih untuk mengikuti model penelitian kualitatif yang telah ditentukan dan diarahkan pada faktor-faktor motivasi dalam metode penelitian ini. Keabsahan data dilakukan dengan melakukan uji kredibilitas menggunakan Triangulasi sumber dan *member check*. Triangulasi sumber adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Digunakan triangulasi sumber karena motivasi memerlukan adanya bukti dari hasil wawancara, observasi dan dokumen seperti keterlibatan, foto dll. Tentu masing-masing cara itu

akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (insights) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh hasil. Sumber data yang akan digunakan adalah keterangan teman terdekat. *Member check* adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan *member check* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Apabila data yang ditemukan disepakati oleh para pemberi data berarti data tersebut valid, sehingga semakin kredibel/dipercaya. Tetapi apabila data yang ditemukan peneliti dengan berbagai penafsirannya tidak disepakati oleh pemberi data maka peneliti perlu melakukan diskusi dengan pemberi data, apabila perbedaannya tajam maka peneliti harus mengubah temuannya dan menyesuaikan dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Jadi tujuan *member check* adalah agar

informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan. Sesuai dengan penjelasan di atas, maka peneliti memerlukan *member check* untuk memastikan keontektikan data sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pemberi data dan hasil yang di peroleh pun dapat di percaya hasilnya.

#### **HASIL**

Berdasarkan wawancara dengan ketua Erci Rangers di Tangerang dan salah satu sesepuhnya, berdirinya klub ErciBermula dari sebuah forum Kaskus, asal mula komunitas ini terbentuk. Bertepatan dengan dimulainya PT. SIS membuka informasi mengenai pemesanan Suzuki Ertiga pada bulan Februari 2012. Beberapa calon pemilik Suzuki Ertiga akhirnya aktif di sebuah room chat berbasis partychapp. Komunikasi tersebut berlanjut dengan dibuatnya sebuah milis, forum, dan Group di Facebook.

Kopdar perdana ERCI dilakukan di Parkir Bumi Perkemahan Cibubur pada 6 April 2012. Pada tanggal 12

Mei 2012, Ertiga Club Indonesia dideklarasikan berdirinya pada tanggal 12 Mei 2012 bertepatan dengan acara Tumpuk Blek Otomotif di Parkir Timur Senayan Jakarta.

Awal mula berdiri menjadi Komunitas Anggota ERCI (Ertiga Club Indonesia) tersebar di beberapa kota antara lain, Jakarta, Bekasi, Tangerang, Depok, Bogor, Sukabumi, Bandung, Semarang, Yogya, Solo, Bali, Palembang, Bangka, Medan, Banjarmasin, Makassar, Kini belum genap 4 tahun Chapter ERCI (Ertiga Club Indonesia) hampir berada di Seluruh kota Besar yang ada di Indonesia, dengan Anggota Nasional yang kurang lebih berjumlah 5000 Kendaraan Suzuki Ertiga dari berbagai Type.

ERCI sendiri sekarang mulai berbenah, dimulai dari chapter terkecil sampai dengan Chapter Raya di masing-masing Propinsi yang ada di Indonesia, di mulai dengan pendeklarasian bentuk Logo masing-masing Chapter yang mulai menyeragamkan diri dengan bentuk Logo ERCI Nasional. System Perengkrutan Anggota oleh

Masing-Masing Chapter dan menyusul kepercayaan Bengkel Resmi Suzuki dan Rekanan-Rekanan yang menjadikan ERCI Mitra Usaha melalui Perlakuan Prioritas terhadap Member ERCI (Ertiga Club Indonesia).

Ertiga Club Indonesia Tangerang atau Erci Rangers dideklarasikan pada tanggal 18 September 2012, Tak lama setelah ERCI Nasional Terbentuk beberapa anggota ERCI (Ertiga Club Indonesia) yang berdomisili di seputaran Wilayah Tangerang mencoba untuk memekarkan Wilayah Kerja Komunitas ERCI secara khusus di daerah Tangerang, di hadiri oleh Nepi Ariyanto, Kurnia Kwank, Hendar Prasetyo, Ricky Septiadi, Tommy Kurniawan, Suherman, Fadli dan Prima selaku Utusan dari ERCI Pusat digelarlah pertemuan sederhana untuk membahas mengenai Pembentukan ERCI Chapter Tangerang.

Sesuai dengan Persyaratan yang diberikan oleh Utusan Pusat untuk membentuk Chapter ERCI (Ertiga Club Indonesai) Alhasil pada pertemuan tersebut di bentuklah Chapter ERCI Tangerang dengan

nama ERCI Rangers dengan susunan pengurus yang baru terdiri dari kurang lebih 10 orang dengan jumlah member yang sama.

Kini setelah hampir 2 Tahun Berjalan ERCI Tangerang telah memiliki anggota kurang lebih 250 member. Kendaraan Ertiga dengan Susunan Pengurus yang bertambah menjadi 19 orang Pengurus Aktif yang telah ditunjuk sesuai dengan tugas dan bidangnya masing-masing. Telah banyak kemajuan yang diraih oleh Komunitas ERCI Tangerang baik untuk kerjasama dengan Bengkel Resmi Suzuki, Rekanan Aksesoris dan Kerjasama dengan Instansi Pemerintah maupun Swasta yang kesemuanya hal tersebut tentunya untuk kebaikan dan Manfaat bagi Anggotanya.

Di ERCI Tangerang/ Rangers mereka memiliki motto tersendiri yaitu "Only Koplakers Join ERCI, Satu Ikatan dalam satu Keceriaan", Bagi Erci Rangers tak ada batasan untuk bersilaturahmi tua, muda, pria, wanita, pebisnis atau pekerja semuanya diterima dengan tangan terbuka dengan mengedepankan

konsep kendaraan Suzuki Ertiga, yang mengerti keluarga. Menurut penuturan pengurusnya Erci Rangers adalah komunitas yang menitikberatkan Silaturahmi dan kekeluargaan bukan asal bisa diskon atau dapat potongan dengan kerjasama pada bengkel resmi Suzuki.

Motivasi member Erci Tangerang atau rangers berdasarkan indikator maslow pada angket yang disebar kepada seluruh member terlihat cukup besar dan significant terutama dalam soal *affiliation or acceptance needs* dan *esteem or status needs* atau kebutuhan akan pertemanan dan status social. Umumnya dari kelima kebutuhan indikator motivasi maslow yang disusun melalui pertanyaan dalam angket menunjukkan bahwa terpenuhinya setiap kebutuhan member dalam mengikuti dan aktif pada komunitas klub rangers ertica club tangerang.

Dari 150 angket yang disebar terdapat 30 angket yang eror dalam arti tidak tercukupinya jawaban dalam menginisiasi kebutuhan sebagai motivasi menjadi member. Sementara sisanya yang lain memenuhi untuk

diambil sebagai catatan untuk mengetahui seberapa besar dan jauh motivasi para member rangers dalam mengikuti/menjadi member rangers selama ini. Rata-rata member Rangers didominasi oleh jenis kelamin pria. Dari data sebaran angket sebesar 85%-member adalah berjenis kelamin pria dengan penghasilan rata-rata delapan (8) sampai lima belas (15) juta rupiah. Dari data yang masuk pada angket juga diketahui bahwa sekitar 55%-member mengetahui informasi klub mobil Erci Rangers ini melalui teman dan 45% lainnya mengetahui dari social media atau media massa. Dari jawaban angket yang disebar itu setidaknya terdapat 55%-member dimana telah menjadi member rangers lebih dari 1 tahun. Besarnya minat member lama untuk terus menjadi bagian dari member ranger's yang sifatnya sukarela ini menunjukkan adanya motivasi yang besar bagi para member untuk terus tergabung menjadi member. Disamping itu, hampir separuhnya merupakan member baru yang keikutsertaannya kurang dari 1 tahun menunjukkan keberjalannya keberlanjutan

keanggotaan member pada klub mobil erci rangers.

Setidaknya ada 5 indikator kebutuhan yang dalam hal ini menggunakan indicator maslow dalam menentukan besar kecilnya motivasi member rangers pada klub erci rangers. Kelima indicator itu disusun dalam pertanyaan-pertanyaan mengenai kebutuhan member yang terdiri dari;

#### **Physiological Needs**

Dalam indikasi physiological needs ini pertanyaan disusun berdasarkan kebutuhan dasar dalam keikutsertaan menjadi member erci ranger's yang ditekankan pada kepemilikan kendaraan suzuki ertiga sebagai syarat mutlak keikutsertaan member sebagai bagian dari Erci Rangers. Para pemilik kendaraan bisa saja memutuskan terlibat atau menolak dalam keikutsertaannya menjadi member Erci Rangers. Pengorbanan yang dikeluarkan member untuk terlibat sejurus dengan kebutuhan dasarnya. Pada angket yang disebar, didapatkan bahwa kebutuhan akan maintain kendaraan ertiga atau servis berkala kepemilikan

mobil ertiga menjadi poin penting dalam hal ini. Dimana dalam keikutsertaan member dalam erci rangers terpenuhi terutama dalam maintainan dan servis kendaraan. Dengan menjadi member erci ranger's para member mendapatkan potongan biaya maintainan kendaraannya dibengkel-bengkel resmi Suzuki yang tersebar dimana saja. Pengurus Rangers secara terpusat melalui ERCI membuat skema kerjasama dengan pabrikan Suzuki untuk mendapatkan diskon dan potongan harga maintainan dan servis kendaraan secara berkala. Dan tentu saja hal ini membantu para member untuk pengelolaan keuangan rumah tangganya, dengan adanya mobil ertiga yang dimilikinya yang tentu membuat konsumsi untuk pengeluaran keuangan bertambah. Kedua hal diatas adalah motivasi dasar member dalam keterlibatannya sebagai member Rangers sebagai physiological needs dari sebuah klub mobil Erci Rangers Tangerang yang bisa dilihat melalui angket yang disebar.

Kerjasama organisasi antara klub mobil ertiga atau erci dengan pemilik

bengkel Suzuki terjalin cukup baik dengan kesepakatan potongan khusus bagi member rangers untuk servis berkala kendaraan dibengkel-bengkel resmi Suzuki. Tentu saja hal ini memberikan fasilitas yang cukup dirasakan bagi member untuk memenuhi kebutuhannya dalam keikutsertaannya menjadi member erci rangers. Setidaknya dari angket yang disebar kepada member, terdapat 90% jawaban yang menyetujui terpenuhinya kebutuhan mereka dalam keikutsertaannya sebagai member erci rangers dalam hal ini. Dari sisi kebutuhan yang mendasar ini dalam klub hobby mobil sesama pengguna ertiga setidaknya memberikan pengaruh yang besar bagi motivasi member untuk terus terlibat dalam komunitas klub Rangers.

#### **Safety or Security needs**

Indikasi safety or security needs sebagaimana kebutuhan akan rasa aman, nyaman dan terhindar dari bahaya juga cukup memadai jika dilihat dari survey angket yang disebar kepada member. Setidaknya ada 60% member Rangers merasa

percaya diri dan nyaman menjadi member Rangers dimana member merasa keselamatannya terjamin dijalanan saat mengendarai Ertiga kesayangannya dengan keterlibatannya sebagai member Rangers.

#### **Affiliation or Acceptance needs**

Dari angket yang disebar semuanya member setuju untuk dapat bersosialisasi dengan baik diantara sesama member. Kebutuhan akan bersosialisasi diantara para member dibuktikan dengan kesetujuan mereka untuk menghabiskan waktu luang bersama dengan terlibat dalam kegiatan-kegiatan kebersamaan yang mereka lakukan, seperti kegiatan touring dengan kendaraan ertiga bersama, atau sekedar kopi darat untuk sekedar bertatap muka sembari ngopi, bahkan kegiatan-kegiatan lain yang sifatnya menjalin kebersamaan. Rata-rata member setuju untuk menantikan acara-acara kebersamaan yang semodel. Persetujuan semua member terhadap upaya bersosial dan rata-rata menginginkan adanya kegiatan-kegiatan yang membangun kebersamaan menunjukkan

kebutuhan akan pertemanan yang menjadi kunci dalam memotivasi member untuk senantiasa terlibat dalam klub mobil Erci Rangers Tangerang ini.

Menjadi pengurus atau tidak menjadi pengurus Erci Rangers Tangerang, tidak menutup atau menekan kebutuhan member dalam soal kebutuhan social diantara sesama member di Rangers. Bahkan para member dengan sikap terbuka setuju untuk menerima dan mendapatkan pertemanan pada orang baru sekalipun. Keterbukaan ini menunjukkan kebutuhan member untuk bersosial diantara sesama member dan mungkin kepada orang-orang diluar member. Dari sini terlihat sikap egaliter yang mengemuka sebagai model organisasi yang dibangun pada klub hobi mobil Rangers di Tangerang.

#### **Esteem or status needs**

Pada indikasi kebutuhan khusus dan penghargaan dari member ini setidaknya terlihat eksklusifitas yang mengemuka. 90%-member setuju dengan kebanggaannya menjadi bagian dari member erci Rangers

dimana perhatian diantara member tetap terjalin. Kepedulian sesama member tersebut bagi para member diharapkan sampai sejauh dan sedalam perhatian yang lebih intim diantara sesama member yang melebihi batas sesama penghobi mobil. Dari angket yang disebar ada 60%-member yang setuju dengan perhatian yang lebih intim diantara sesama member dengan kepedulian yang lebih dalam sampai pada urusan kehidupan individu diluar sesama penghobi mobil, sisanya cukup pada perhatian sebatas pertemanan penghobi mobil.

Kebutuhan akan eksklusifitas ini memang tidak menjadi porsi yang besar bagi member Rangers kalau dilihat sebatas 60% yang setuju dan sepakat dengannya. Namun kebutuhan akan kepedulian diantara sesama member menjadi harapan yang besar yang membuat para member bangga menjadi bagian dari Erci Rangers Tangerang. Indikasinya adalah kebersamaan dan rasa pertemanan dari kebutuhan social yang didapatkan oleh member sesama penghobi mobil ini menjadi tuntutan

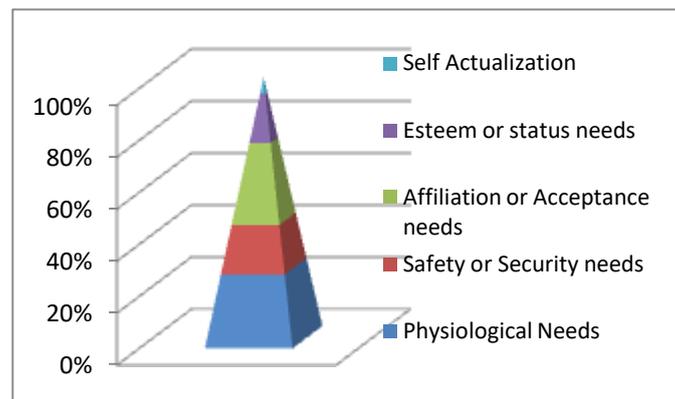
yang disepakati oleh hampir semua member Rangers

### **Self-Actualization**

Dari angket yang diberikan kepada member Rangers, hanya 20% member yang kebutuhan aktualisasi dirinya teraktualisasi dalam hal soal kecakapannya dan pemahamannya terhadap seluk-beluk mobil yang dikendarainya yakni Ertiga, baik itu terkait seluk beluk mesin, sparepart maupun aksesori pendukung mobil ertiga yang menjadi syarat utama para member terlibat dalam klub hobby Rangers ini. Namun disamping itu justeru 75% member setuju bahwa kepedulian, kebersamaan dan rasa pertemanan teraktualisasikan dalam menjadi member Erci Rangers sehingga membuat mereka sayang untuk melepas kepemilikan mobil Ertiga sebagai syarat utama menjadi bagian dari klub mobil Erci Rangers Tangerang.

Jika kelima gambaran motivasi keterlibatan member klub mobil Erci Rangers di Tangerang dimasukkan ke dalam diagram tabel piramida kebutuhan Maslow maka didapat

gambaran motivasi seperti dibawah ini;



Tabel 1.1 Motivasi keterlibatan member Erci Rangers berdasarkan kebutuhan

**DISKUSI**

Jika dirangkum dalam sebuah tabel, motivasi yang disebutkan oleh masing-masing partisipan berdasarkan hasil wawancara terbuka dengan target *deep interpretation*

kepada 4 partisipan yang dipilih dari hasil yang menunjukkan besarnya motivasi keterlibatan member dalam klub mobil ertiga di tangerang atau Rangers, maka didapatkan penjelasan motivasi itu diantaranya;

Tabel 1.2 Gambaran motivasi Erci Rangers

Motivasi Anggota Rangers	Partisipan			
	1	2	3	4
Menyalurkan hobi mengendarai Mobil Suzuki Ertiga sebagai mobil yang mengerti keluarga	√		√	√
Mendapatkan diskon servis berkala dibengkel resmi Suzuki dan harga paket murah pada Rangers Market Place (RMP) sebagai manajemen bisnis yang dikelola member dan pengurus.	√	√	√	√
Memberikan keuntungan finansial dari usaha yang dijalankan kepada para member baik melalui Rangers Market Place (RMP) atau sebatas usaha tentative		√		√
Bersosialisasi dan menambah jaringan/ <i>link</i> . Dimana jaringan yang dipahami oleh partisipan dapat berupa; a. <i>Link</i> /jaringan kenalan pertemanan atau persaudaraan b. Jaringan pekerjaan/bisnis	√	√	√	√

c. Jaringan kesukaan yang sama dalam menghabiskan waktu luang (gaya hidup)				
d. Jaringan/kenalan untuk memperoleh kenyamanan dan keamanan dalam berkendara				
e. Jaringan/kenalan untuk menambah informasi yang lebih				
Menaikkan status sosial	√		√	√
Menyalurkan inspirasi terkait mobil Suzuki Ertiga		√	√	

Berdasarkan teori kebutuhan ERG, kebutuhan dari 4-member club Erci Rangers yang menjadi responden penelitian dapat digolongkan ke dalam klasifikasi sebagai berikut:

a. Kebutuhan untuk menyalurkan hobi. Jika dilihat dari teori kebutuhan ERG, kebutuhan menyalurkan hobi ini masuk ke dalam jenis kebutuhan pertumbuhan, khususnya pencapaian potensi seseorang serta pemenuhan diri sendiri. Kebutuhan untuk menyalurkan hobi ini masuk ke dalam kebutuhan pertumbuhan, sebab penyaluran hobi merupakan salah satu proses pencapaian potensi serta pembelajaran dalam diri individu. Hobi yang dimaksud merupakan hobi mengendarai mobil Suzuki ertiga sebagai mobil yang mengerti keluarga.

b. Kebutuhan untuk menyalurkan inspirasi terkait mobil Suzuki Ertiga. Pengertian inspirasi menurut KBBI merupakan suatu ilham, yang berarti pikiran yang timbul dari hati serta sesuatu yang menggerakkan hati untuk mencipta (dalam KBBI, 2014). Penekanan pada” menggerakkan hati untuk mencipta” dari pengertian tersebut menjelaskan bahwa kebutuhan untuk menyalurkan inspirasi merupakan salah satu upaya pencapaian potensi serta prestasi suatu individu, yang masuk ke dalam kategori kebutuhan pertumbuhan milik ERG.

c. Kebutuhan untuk menambah jaringan kenalan atau link. Hubungan yang dimiliki diakui para member berbentuk hubungan pertemanan,

persaudaraan (menganggap anggota lain sebagai saudaranya; sikap brotherhood) atau bahkan yang lebih intim; percintaan. Kebutuhan-kebutuhan tersebut merupakan bentuk kebutuhan akan hubungan dari teori ERG milik Alderfer, sebab hubungan yang dijalin merupakan hubungan dengan orang-orang yang penting bagi individu tersebut, sesuai dengan karakteristik dari kebutuhan sosial ERG.

- d. Kebutuhan menghabiskan waktu luang (gaya hidup). Berkaitan dengan poin kebutuhan menambah jaringan kenalan sebelumnya, hubungan perkenalan yang dimiliki dapat berlanjut ke arah hubungan yang lebih terlihat dalam gaya hidup yang sama atau aktivitas dalam menghabiskan waktu luang yang sama. Adanya hubungan ini menyebabkan individu dapat memenuhi kebutuhannya untuk memiliki perasaan yang sama dalam fashion yang dimiliki seperti touring bersama, kemping

bersama, olah raga yang sama, pengajian dan bakti social bersama dll. Dalam klasifikasi teori ERG masuk ke dalam kebutuhan relasional yang mengarah pada kebutuhan akan eksistensi.

- e. Kebutuhan untuk mendapatkan rasa aman dalam berkendara. Jika diuraikan lebih spesifik, maksud perolehan jaringan kenalan yang dilakukan member klub mobil Erci Rangers karena dirinya ingin merasa aman dalam berlalu lintas serta menjadi anggota dari organisasi yang telah diakui dalam bidang hukum juga diakui oleh pabrikan Suzuki untuk mendapatkan kemudahan dan bantuan kerusakan dijalan. Hal ini dikarenakan kredibilitas yang telah dimiliki oleh ERCI sebagai induk klub mobil Rangers yang hanya sebatas chapter wilayah Tangerang. Disamping itu, ribuan anggota Erci yang tersebar diseluruh nusantara dapat dengan mudah terhubung lewat media social maupun radio komunikasi yang menekankan saling bantu

dan perhatian antara member ERCI senusantara terutama dalam soal kerusakan/kecelakaan kendaraan dijalan raya. Berdasarkan teori ERG milik Alderfer, kebutuhan untuk mendapatkan rasa aman ini masuk ke dalam kategori kebutuhan Eksistensi, khususnya keamanan.

- f. Kebutuhan untuk mendapatkan status sosial tertentu. Berdasarkan teori ERG, kebutuhan mendapatkan status sosial tertentu ini merupakan bentuk upaya pemenuhan kebutuhan hubungan, tepatnya kebutuhan akan pengakuan; yang merupakan unsur dari kebutuhan hubungan. Sedang bagi member Erci Rangers pengakuan itu didapatkan dari partisipasinya atas setiap kegiatan dalam organisasi.

## **KESIMPULAN**

Motivasi erat kaitannya dengan terpenuhinya kebutuhan. Beragam kebutuhan menjadi prioritas bagi setiap individu untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, begitupun

juga untuk terlibat dalam suatu organisasi atau komunitas tertentu seperti klub mobil ERCI tangerang atau Rangers. Ketika terlibat dalam klub mobil ERCI Rangers, masing-masing anggota organisasi tersebut memiliki tujuan untuk mencapai kebutuhannya. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa member klub Erci Rangers terlibat ke dalam organisasi dimotivasi oleh kebutuhan yang ingin dipenuhinya, sesuai dengan prioritas yang dimilikinya untuk terlibat didalamnya.

Kebutuhan paling besar yang membuat individu termotivasi untuk terlibat menjadi member Erci Rangers di Tangerang adalah pemenuhan kebutuhan fisiologi berupa keuntungan finansial dalam bentuk pengelolaan kendaraan terkait biaya perawatan yang harus dikeluarkan seperti diskon servis berkala, potongan harga spare part dan paket murah Rangers market place (RMP) dan usaha-usaha tentative yang dijalankan oleh sesama member. Kebutuhan yang

lebih besar sebagai hasil dari penelitian justeru menunjukkan bahwa terpenuhi sepenuhnya kebutuhan social yang memotivasi individu untuk terlibat sebagai member Rangers, terkait rasa persaudaraan dan kebutuhan akan jaringan pertemanan. Berikutnya, keterlibatan para member Erci Rangers juga termotivasi karena pemenuhan kebutuhan rasa aman dari rasa paseduluran yang dibangun secara lebih luas dalam suatu komunitas besar Ertiga Club Indonesia yang menyebar diseluruh nusantara dan menjalin komunikasi dan sikap *brotherhood*, disamping tentu saja dapat menemukan jaringan dari gaya hidup yang sama diantara sesama member pada klub Erci Rangers.

Sedangkan kebutuhan akan status social dan aktualisasi diri dalam kepemilikan mobil Suzuki Ertiga tidak merupakan suatu kebutuhan yang besar dalam memotivasi individu untuk terlibat menjadi member Erci Rangers. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa motivasi yang dimiliki individu terkait dengan

masuknya individu tersebut ke dalam organisasi tidak hanya satu bentuk, melainkan dua, tiga; tergantung individu tersebut dalam motivasi yang dibangunnya lewat pemenuhan kebutuhan yang hendak ia peroleh.

#### *Saran*

Terutama kepada Klub Mobil Suzuki Ertiga di Tangerang yaitu ERCI Rangers agar penelitian ini kiranya dapat memberikan masukan kepada organisasi Erci Rangers yang sifatnya nonprofit untuk dapat meningkatkan kapasitas, kemampuan dan kecakapan dalam upaya meningkatkan keutuhan dan kemajuan organisasi. Dan mudah-mudahan juga memberi manfaat juga kepada organisasi dan klub-klub sejenis terutama yang sifatnya non-profit untuk peningkatan kemajuan organisasi dan perkumpulan.

Berhadapan dengan itu, penelitian ini kiranya juga dapat memberikan manfaat kepada pengusaha atau owner pabrikan dan turunannya untuk dapat mengambil poin-poin penting dari penelitian ini dalam usaha pelayanan konsumen.

Penelitian ini kiranya juga dapat memberikan masukan kepada pemerintah dan pihak terkait untuk dapat memberikan masukan terkait kebijakan yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Akhir kata, peneliti menyadari kekurangan

disana sini, harapannya penelitian ini dapat dilanjutkan dengan baik sehingga memberikan manfaat yang besar dirasakan dalam pengembangan ilmu dan pengetahuan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arimindani, Kholif, (2015). *Motivasi Berprestasi pada Komunitas Anggota Club Motor "Malang Sport Rider"*. Skripsi di Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Astarini, Diajeng, (2016). *Gaya Hidup Anggota Club Mobil Remaja Putri "Frezh Queen" di Surabaya*. Thesis pada fakultas sospol ilmu social Universitas Airlangga. Surabaya. Retrieved from <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/16457>
- Calhoun dan Acocella. (1990). *Psikologi tentang penyesuaian Hubungan Kemanusiaan Edisi Ketiga*. Semarang: Ikip Semarang Press.
- Giddens, Anthony. (1991). *Modernity and Self-Identity*. Stanford: Standford University Press.
- Dessler, Gary, (1997), *Human Resource Management*, New Jersey, Prentice Hall Inc.
- Hunneryager dan Heckman. (1992). *Motivasi dan Perilaku*. Semarang: Effhar dan Dahara Prize.
- Gregoria, A.Y. Dr, & Iswari, A. Agnes, (2014). *Keterkaitan Motivasi untuk terlibat dan Konsep Diri Anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta*. E-journal of Applied Psychology, Retrieved <http://e-journal.uajy.ac.id/6459/1/E-Journal.pdf>
- Jason, Norman and Carter, Pippa. (2007). *Rethinking Organisational Behaviour Second Edition*. United Kongdom: Prentice Hall.
- KBBI. (2014). Kamus Besar Bahasa Indonesia indonesia's website. Retrieved from <<http://bahasa.kemdiknas.go.id/kbbi/indeks.php>>
- Luthans, F., (2005). *Organizational Behavior*, New York: McGraw-Hill, Inc.
- Nancy Borkowski, (2005), *Organizational Behavior in Health Care*, Sudbury, Massachusetts: Jones and Bartlett Publishers.
- Pace, R. W., & Faules, D. F., (2002). *Komunikasi Organisasi : Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Siagian, S.P. (1989). *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta: Bina Aksara.
- Sumarwan, Ujang, (2004). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Bogor, Ghalia Indonesia.
- Sukmawati, Denis (2012). *Pengaruh Brand Community Terhadap Loyalitas Merek Mobil Nissan Grand Livina (Survey pada anggota komunitas Nissan Grand Livina Club Wilayah Jabodetabek)*. Skripsi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Thoha, Miftah. (1986). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali.
- Wood and Salter, (2002), *Dealing with Difficult People in a week*, 2nd edition, Prentice Hall, Pearson Publishing, US